

Näher am Zuschauer?

Eine Untersuchung über die Realität des Lokalfernsehens

Zusammenfassung:

Das Fernsehen ist in Deutschland vor allem für die überregionale Berichterstattung zuständig. Für die bundesweit relevanten Nachrichten sorgen daher die meisten öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sender. Die lokale Berichterstattung erfolgt meist lediglich über die so genannten Dritten Programme der ARD, die überwiegend auf der Ebene der Bundesländer Nachrichten mit lokalem Bezug verbreiteten. In den deutschen Großstädten Berlin, München und Hamburg konnten sich nach 1984 schnell eigene private Lokalfernsehsender etablieren. In kleineren Städten und außerhalb der Ballungsräume gelang dies jedoch nur in einigen wenigen Fällen.

Im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung des Lokalfernsehangebots wurden an der Universität Karlsruhe die Nachrichtensendungen einiger deutscher Lokalfernsehsender analysiert. Bei den untersuchten Sendern handelte es sich um die Sender HH1 (Hamburg), TV München, TV Berlin, RNF (Mannheim), RTV Karlsruhe, TV Franken, TV NRW (Nordrhein-Westfalen)¹, TV Südbaden (Freiburg), TV Rhein-Main (Frankfurt) und die Lokalsendefenster von RTL und SAT.1 in Hamburg und Nordrhein-Westfalen. Als Qualitätsmerkmale wurden u. a. die Aktualität und der Bezug zu den Ereignissen im Sendegebiet betrachtet. Damit sollte aufgezeigt werden, wie verschiedene Sender das Geschehen innerhalb einer Woche darstellen. Der Beobachtungszeitraum erstreckte sich auf die Woche vom 8. bis 12. November 2004. Beobachtet wurde dabei pro Tag lediglich eine Nachrichtensendung zur Prime-Time, also um 19.00 Uhr oder 20.00 Uhr. Grundsätzlich gibt es verschiedene Möglichkeiten, die tagesaktuellen Ereignisse für das Lokalfernsehen angemessen aufzubereiten. Für diese Untersuchung war für die Bewertung der Qualität wichtig, dass eine angemessene Themenauswahl für die Fernsehzuschauer getroffen wurde. Dies bedeutet, dass die Berichte das aktuelle

Tagesgeschehen wiedergeben sollten, ferner sollte der lokale Bezug erkennbar und die Themenauswahl ausgewogen sein.

Bei der Untersuchung zeigte sich, dass das Nachrichtenangebot sehr unterschiedlich geprägt war. Während TV Südbaden und RNF den lokalen Charakter betonten und in der Auswahl der präsentierten Nachrichten großen Wert auf einen regionalen Bezug legten, setzten RTL und Sat.1 stark auf Themen aus den Bereichen Kriminalität und Groteskes. Die Qualität der Beiträge reichte von (ungewollt) komischen Fehlgriffen bis zur zielgruppenorientierten Berichterstattung. Bei einigen Sendern mit übereinstimmendem Sendegebiet konnte ferner festgestellt werden, dass sich die Konkurrenz durch andere Lokalsender auf die Programmgestaltung auswirkt. Ein direkter Einfluss konnte z. B. beim Programm von HH1, den Sat.1/RTL-Lokalsendefestern Hamburg und bei den Lokalsendern in Nordrhein-Westfalen (TV NRW, Lokalzeiten des WDR, Sat.1/RTL-Lokalsendefenster) beobachtet werden.

Konkurrenz durch Dritte Programme – Beispiel TV NRW

Fernsehen ist in Deutschland Ländersache. Die einzelnen Bundesländer verfolgen unterschiedliche Strategien im Umgang mit dem Lokalfernsehen. So gelten u. a. die Länder Bayern, Sachsen und Baden-Württemberg dem Lokalfernsehen gegenüber als sehr freundlich gesonnen. Dagegen setzt Nordrhein-Westfalen bei der Lokalberichterstattung lieber auf das Angebot der öffentlich-rechtlichen Sender. Der einzige Lokalsender TV NRW hat daher deutliche Probleme, gegen die übermächtige Konkurrenz anzukämpfen. Neben dem landesweit empfangbaren Programm des Landessenders WDR werden u. a. zwischen 19.30 Uhr und 20.00 Uhr die Lokalsendefenster „Lokalzeit“ auf dem WDR ausgestrahlt. Neun verschiedene Lokalsendefenster (Aachen, Bielefeld, Dortmund, Düsseldorf, Essen, Köln, Münster, Siegen, Wuppertal) bieten den Bewohnern des Bundeslandes Informationen

„Lokalsender mit identischem Sendegebiet unterscheiden sich in der Qualität der Beiträge, besonders aber in der Themenwahl.“

aus ihrer Gegend. Diese flächendeckende Versorgung bietet für einen weiteren Lokalsender kaum Entfaltungsmöglichkeiten.

Dies hat zur Folge, dass der Sender TV NRW selbst keinen lokalen Sendeschwerpunkt aufweist. Von den 60 im Untersuchungszeitraum ausgewerteten Beiträgen befassten sich lediglich 24 (40 %) mit dem Geschehen im eigenen Bundesland. Eine tiefer gehende lokale Präferenz war in der Berichterstattung nicht zu erkennen. Offenbar scheut der in Dortmund ansässige Sender die direkte Konkurrenz zum Lokalsendefenster des WDR „Lokalzeit aus Dortmund“. Eine Berichterstattung auf der Ebene des Bundeslandes, wie es der Name des Senders eigentlich andeutet, kann jedoch auch nicht konsequent umgesetzt werden, da der Sender dann in direkter Konkurrenz zum Gesamtprogramm des gebührenfinanzierten WDR stehen würde. Privates Lokalfernsehen hat es daher in Nordrhein-Westfalen besonders schwer, da fast sämtliche denkbaren Nischen bereits durch öffentlich-rechtliche Sender besetzt sind. Gleichzeitig war die Aktualität bei den Berichten von TV NRW bemerkenswert hoch. 54 der 60 Berichte (90 %) hatten einen direkten tagesaktuellen Bezug. Dies kann in diesem Fall jedoch nicht unbedingt zu Gunsten des Senders gewertet werden, da sich die Aktualität durch den hohen Anteil an nationalen und internationalen Berichten erklärt. Statt Lokalberichterstattung wird im Wesentlichen über die aktuellen Geschehnisse auf Bundesebene und in der Welt berichtet.

Konkurrenz durch große Privatsender – Beispiel HH1

Neben den kleinen Lokalsendern wurden auch die Nachrichtenmagazine „17:30“ (Sat.1) und „Guten Abend RTL“ (RTL) in der Woche vom 8.11.2004 bis 12.11.2004 einer Inhaltsanalyse unterzogen. Die Sendung „17:30“ wird auf Sat.1 wochentags um 17.30 Uhr ausgestrahlt, die Sendung „Guten Abend RTL“ wird um 18.00 Uhr auf RTL gesendet. Im Sendegebiet Hamburg/Schleswig-Holstein und in Nordrhein-Westfalen sind die Lokalausgaben dieser Sendungen terrestrisch und im Kabelnetz zu empfangen. Dabei zeigt sich, dass die Schwerpunktsetzung für die Nachrichten aus dem Sendegebiet Hamburg/Schleswig-Holstein auf beiden Sendern sehr

unterschiedlich ausfiel. Insgesamt wurden 120 Beiträge erfasst, von denen 53 auf RTL und 67 auf Sat.1 ausgestrahlt wurden. Bei RTL hatten 32 Beiträge (60,4 %) einen tagesaktuellen Bezug, bei Sat.1 waren es 46 (68,7 %). Besonders auffällig war, dass nur wenige Themen in beiden Sendungen am gleichen Tag Erwähnung fanden. Und selbst dann wurden diese in den Sendungen in ihrer Bedeutung unterschiedlich eingestuft. Am 9. November, dem Jahrestag des Mauerfalls, war dieses geschichtliche Ereignis bei Sat.1 die erste Top-Meldung. Ausführlich wurde über die Eröffnung einer Mauergedenkstätte in Lübeck berichtet. Bei RTL wurde die Berichterstattung über das Gedenken an den Fall der Mauer erst als neunte Meldung verbreitet.

Lediglich über 14 der 53 Themen auf RTL wurde auch in den Sat.1-Lokalnachrichten berichtet. Dies bedeutet, dass lediglich 26,4 Prozent der von RTL für relevant erachteten Nachrichten auch bei Sat.1 als berichtenswert eingestuft wurden. Es handelte sich um Ereignisse, die auch bundesweit in den Medien präsent waren. Auch bei den Kategorien zeichnet sich eine deutliche Schwerpunktverlagerung in der Berichterstattung ab.

Auf dem Hamburger Lokalsender HH1 befassten sich neun der 38 Berichte (23,7 %) mit Politik, auf Platz zwei folgte das Thema Wirtschaft mit acht Berichten (21,1 %). Auf RTL dagegen widmeten sich 13 der 53 Berichte (24,5 %) der Kriminalität, es folgten Produkt-Tests mit sechs Berichten (11,3 %) sowie mit je fünf Berichten die Themen Wirtschaft und Lifestyle (je 9,4 %). Auf Sat.1 dominierte mit zwölf von 67 Beiträgen ebenfalls das Thema Kriminalität (17,9 %). Ähnlich viel Beachtung wurde dem Sport mit elf Berichten (16,4 %) geschenkt. Mit wirtschaftlichen Themen befassten sich sechs Berichte (9 %). In Hamburg begegnet der Lokalsender HH1 der RTL-Sat.1-Konkurrenz mit einer betont sachlichen Berichterstattung. Im Beobachtungszeitraum wurden 38 Berichte auf HH1 ausgestrahlt. Davon hatten 33 Beiträge (86,8 %) eine lokale Relation zu Hamburg. Ebenso viele Berichte wiesen einen aktuellen Bezug auf.

Bundesweit tätige TV-Sender wie RTL und Sat.1 haben natürlich ein Interesse daran, auch eine lokale Präsenz zu zeigen. Dies hatte in der Vergangenheit jedoch in erster Linie mit der

„Konkurrenz droht kleinen Lokalsendern durch öffentlich-rechtliche Sender und große Privatsender.“

Lizenzvergabepraxis der Landesmedienanstalten für die begehrten terrestrischen Frequenzen zu tun. In der Vergangenheit konnte ein Großteil der Zuschauer besonders in ländlichen Gebieten lediglich über terrestrische Frequenzen via Hausantenne erreicht werden. Das Kabelnetz war nicht in allen Gebieten verfügbar und nicht in jedem Haushalt war eine Anlage zum Empfang des Satellitenfernsehens vorhanden. Die Programmplätze auf den terrestrischen Frequenzen waren knapp und reichten meist nur für ARD, ZDF und das jeweilige Dritte Programm. In Ballungsgebieten konnte teilweise auch ein viertes Programm ausgestrahlt werden. Die Frequenz wurde von den jeweiligen Landesmedienanstalten an Privatsender vergeben, die mit Lokalsendefenstern zur medialen Grundversorgung der Bürger beitrugen. Nach der Einführung der digitalen Sendetechnik DVB-t in einigen Bundesländern stieg die Zahl der terrestrisch empfangbaren Sender sprunghaft an. Damit sank der Anreiz für Sat.1 und RTL, die Lokalsendefenster zu produzieren. Als ersten Schritt wurden bei beiden Sendern die Lokalsendefenster für Hamburg und Schleswig-Holstein zusammengelegt. Dies zeigt, dass die kostspielige Parallelausstrahlung mehrerer lokaler Nachrichtenmagazine bei Sat.1 und RTL vorwiegend wegen der Vergabe der terrestrischen Frequenzen erfolgte.

Die Realität des Lokalfernsehens

Der Bezug der Berichte zu den Geschehnissen im Sendegebiet ist ein entscheidendes Kriterium für die Qualität des Lokalfernsehens. Führend war unter den beobachteten Sendern TV Südbaden. Sämtliche 33 Berichte befassten sich mit lokalen Themen. Auch RTV Karlsruhe (92,7 %), RNF Mannheim (91 %) und TV Franken (90,6 %) wiesen in ihrer Berichterstattung einen starken Bezug zu ihrem Sendegebiet auf. Den mit Abstand niedrigsten Lokalbezug hatte aus den bereits dargelegten Gründen der Dortmunder Sender TV NRW mit lediglich 40 Prozent.

Auch die Aktualität der Berichte ist ein Kriterium für eine angemessene journalistische Arbeit. Abermals waren die Sender TV Südbaden mit 93,9 Prozent und RTV Karlsruhe mit 92,7 Prozent deutlich besser als die Konkurrenz. Dagegen lagen die Lokalsendefenster von RTL und Sat.1 weit darunter: Die Berichte von RTL in Hamburg/

„RTL und Sat.1 haben andere Motivationen für ihre Lokalberichterstattung als kleine private Lokalsender.“

Schleswig-Holstein wiesen nur zu 58,8 Prozent einen Bezug zur tagesaktuellen Nachrichtenlage auf. Auch im Sendefenster von Nordrhein-Westfalen hatten lediglich 68,3 Prozent der Berichte einen tagesaktuellen Bezug. In den beiden Lokalsendefenstern von Sat.1 konnten zwar bessere Werte erreicht werden, in Hamburg ließ sich bei 68,7 Prozent und in Nordrhein-Westfalen bei 74 Prozent der Beiträge ein tagesaktueller Bezug erkennen. Insgesamt liegen diese Werte aber unter den übrigen Lokalsendern. So lag die Aktualitäts-Quote bei RNF Mannheim bei 76,9 Prozent, bei TV Rhein-Main bei 83,1 Prozent, bei TV München bei 83,6 Prozent, bei TV Berlin bei 84,6 Prozent, bei TV Franken bei 86,8 Prozent, auch HH1 erreichte 86,8 Prozent und TV NRW 90 Prozent.

Der geringe Anteil von tagesaktuellen Informationen bei den beiden untersuchten Lokalsendefenstern von RTL und Sat.1 lässt sich mit einer anderen Auffassung von Lokalnachrichten erklären. Im Mittelpunkt steht hier nicht die umfassende Information des Zuschauers, sondern viel mehr eine Mischung aus (Verbraucher-) Information, Unterhaltung und Eigenwerbung. Ein Teil der nicht-tagesaktuellen Berichte befasst sich daher mit Tests von Konsumgütern oder Serviceleistungen. Im Lokalsendefenster Hamburg testete RTL beispielsweise am 11. November 2004 die Sicherheit von Winterreifen im Vergleich zu Sommerreifen, Sat.1 prüfte in diversen Kiosken und Supermärkten, wie einfach Kinder und Jugendliche Alkopops kaufen können.

Ebenfalls sehr häufig setzen die beiden Sender Geschichten über Tierschicksale im Programm ein. Eine Igelfamilie im Herbst oder eine Robbe im Hamburger Hafen besitzen zwar per se keinen tagesaktuellen Nachrichtenwert, dienen jedoch der Emotionalisierung und Unterhaltung der Zuschauer. Ferner finden sich auch Programmhinweise auf Sendungen und Stars des eigenen Senders, zudem wurde für CDs und Konzerte geworben, die in engem Kontakt zum Sender stehen.

Fazit

Für die Berichterstattung über lokales Geschehen können in Deutschland verschiedene Sendekonzepte nachgewiesen werden. Die in der Studie untersuchten Lokalsender bevorzugen dabei überwiegend tagesaktuelle und auf lokale

Geschehnisse bezogene Berichte. Im Gegensatz dazu haben die Lokalsendefenster von RTL und Sat.1 ihren Schwerpunkt auf unterhaltsame, konsumentenorientierte Nachrichten gelegt. Beide Sender orientieren sich dabei in Aufbau und Inhalt der Sendungen an den eigenen Boulevardmagazinen. Deutlich wurde, dass auch bei einem nahezu übereinstimmenden Sendegebiet die Auswahl der Themen sehr selektiv erfolgt. Während die Hamburger Bürger auf dem Lokalsender HH1 überwiegend über die Themen Politik und

Wirtschaft informiert wurden, standen sowohl bei RTL als auch bei Sat.1 Berichte über Kriminalität im Vordergrund.

Endnote:

1. TV NRW hat den Sendebetrieb im Sommer 2005 eingestellt.

Der Autor:

Dr. Andre Stuber ist Lehrbeauftragter am Studienzentrum Journalismus der Universität Karlsruhe (TH). Sein Lehr- und Forschungsschwerpunkt ist die Analyse von Informationen in den Massenmedien und deren gesellschaftliche Wirkung,



Blogs: Ein neues Zaubermittel der Unternehmenskommunikation?

Zusammenfassung:

Beim Thema Blogs scheiden sich die Geister. Wie zu Zeiten des Internethypes reicht das Spektrum der Meinungen von Irrelevanz bis zum gefeierten neuen Kommunikationskanal für Unternehmen. Während Corporate Blogs in den USA ein immer beliebteres Instrument der externen Kommunikation werden, sind sie in Deutschland bisher kaum etabliert. Unternehmen, die einen Corporate Blog aufsetzen wollen, müssen verschiedene strategische Fragestellungen beantworten. Insbesondere ist zu hinterfragen, ob ein Blog zu den Zielen und der Kultur des Unternehmens passt. Darüber hinaus sollten Unternehmen ihre Rezeption in der neuen Kommunikationsarena „Blogosphäre“ genau beobachten und eine klare Blogging Policy für ihre Mitarbeiter aufstellen.

Die jüngst entbrannte Diskussion um die Bedeutung von Weblogs in der Unternehmenskommunikation erinnert in zahlreichen Aspekten an die Zeiten des Internethypes. Damals wurde – ausgelöst durch die zunehmende Verbreitung des Internets – eine Revolution von Kommunikation und Geschäftsmodellen beschworen. Beim Thema

Blogs scheiden sich heute erneut die Geister: Das Spektrum der Meinungen zu Blogs reicht von Irrelevanz bis hin zum gefeierten neuen Kommunikationskanal für Unternehmen. Welche Einsatzmöglichkeiten bieten sich für Blogs in Unternehmen? Welche Risiken entstehen beim Einsatz von Blogs? Welche Maßnahmen sollten Unternehmen treffen, um für die zunehmende Verbreitung von Blogs gerüstet zu sein?

Schnell wachsende Anzahl von Blogs

Ein *Weblog* oder *Blog* (Kunstwort aus „Web“ und „Logbuch“) steht für eine Webseite, die kurze, häufig aktualisierte Einträge enthält, die fortlaufend publiziert werden. Zusätzlich werden Links zu anderen Webseiten und Blogs integriert, so dass der Leser schnell Nachrichten, Informationen und Meinungen zu einem bestimmten Thema gebündelt finden kann. Ein Blog kann von einer Einzelperson oder auch von Personengruppen betrieben werden. Die Gesamtheit aller Weblogs bildet die *Blogosphäre*.

Die Kommunikationsform, die Blogs repräsentieren, ist nicht grundsätzlich neu. Anders

Trackback verknüpft Informationen

Für Blog-Besucher gibt es in der Regel die Möglichkeit, einzelne Einträge (Postings) zu kommentieren. Als Trackback bezeichnet man eine Funktion, mit der Blogs Informationen über Reaktionen bzw. Kommentare durch einen automatischen Benachrichtigungsdienst untereinander austauschen können. Die Trackback-Nachrichten werden am Ende eines Blog-Eintrages zusammen mit den dazugehörigen Kommentaren angezeigt. In der wissenschaftlichen Fachliteratur könnte man Trackback mit einem Dienst vergleichen, der eine Primärquelle automatisch über Zitate in anderen Literaturquellen oder in der Sekundärliteratur benachrichtigt. Es gibt spezielle Blog-Software, mit deren Hilfe die zum Teil mehrmals tägliche Aktualisierung eines Blogs auch ohne HTML-Kenntnisse so einfach wie möglich gestaltet werden kann. Sie ermöglicht (1) Inhalte chronologisch hinzuzufügen, (2) Links von und zu anderen Webseiten und Blogs, (3) die automatische Verteilung der Inhalte, z. B. via RSS Feeds o. Ä.